新媒体语境下电视新闻评论的资源整合

摘　要：随着科学技术的不断发展和进步，促进了互联网快速发展，使信息载体更加智能化。尤其是在新媒体时代，由于受到舆论环境越来越复杂的影响，如何能够在纷繁的舆论环境中使多元化的意见和利益诉求得到表达，是电视新闻评论节目需要亟待解决的问题。本文首先简单介绍新媒体与新媒体语境的本质和性质；然后分析电视新闻评论节目的定义、特征；最后对新媒体语境下加强电视新闻评论的资源整合策略进行探讨，以期能够为电视新闻评论的表达更具深度、速度、广度，使受众更易接受提供参考。

关键词：新媒体语境；电视新闻；新闻评论；资源整合
中图分类号：G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）10-115-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.047

文 / 高艳珍

电视新闻评论作为一种主流的新闻体裁，一直以来受到广大电视受众的喜欢和欣赏。由于电视新闻评论不仅能够使观众获取到相应的新闻信息，而且还能够在经过一些判断分析之后，告知受众关于新闻事件背后的实质内容，从而使其舆论引导功能的独特性得到充分展示。在新媒体不断发展和满足广大受众的个性化需求环境下，使舆论环境变得越来越复杂，因此，如何能够在电视新闻评论中将多元化的意见和利益诉求得到充分表达，并让受众更易接受，是现阶段新闻工作者和评论员面对和亟须解决的问题。为了能够使受众的话语权得到充分尊重，使电视新闻评论的舆论具有合理正确性，满足受众对新闻事件评论的观点需求，需要在新媒体语境下加强电视新闻评论的资源整合，使电视新闻评论能够继续吸引受众的注意力和关注。

1. 新媒体与新媒体语境的概述

1.1 新媒体的本质

随着计算机网络和互联网技术的快速发展，促进了新媒体的产生，再加上人们对信息需求方式的改变，为新媒体的发展提供了必要的条件。由于信息存在数据量大和碎片化等特点，因此在一定程度上无法满足人们对信息的获取。由于大众传媒忽略受众个体之间存在的差异性，为所有受众提供的信息都是一样的，因此，在一定程度上使受众的信息需求无法得到充分满足。与大众传媒不同的是，新媒体以受众个体需求为核心，重视受众获取信息时的个性化要求，使受众在获取信息时更具自主性，更加重视受众传播信息时的主动性。与此同时，新媒体的本质除了具有自主性、主动性外，还具有交互性的特性。交互性这一特性使新媒体打破了以往大众传媒以大众为主、分众为辅的信息传播模式，使单一化的信息传播模式得到有效改变。正是新媒体加大了对受众个体独特性、自主性、主动性的重视，有效结合受众对信息需求的属性进行市场细分，从而采取相应的措施，满足受众个体的需求[1]。

1.2 新媒体的发展现状

新媒体以互联网为载体，在一定程度上冲击着传统媒体，导致新媒体与传统媒体之间的话语权争夺更加激烈。由于互联网不仅是社会舆论的集散地，而且还是文化信息的有效传播方式，因此，结合相关数据统计可以看出，我国具有 80% 以上的受众都是通过网络获取信息和了解事件的，并且 66% 以上的受众通过互联网发表和表达自身的观点、言论和意见。目前，随着新媒体的普及，其海量的内容不仅可以重复查看和收听，而且几乎包含了所有传统媒体具有的属性和功能，在一定程度上吸引和分流了大量的受众。即便是在广告方面，也有不少的广告商投入到新媒体中，正是看中了新媒体具有较广的覆盖面和快速的信息传播速度，从而在新媒体平台上加大了广告的投放力度。

1.3 新媒体语境的性质

新媒体语境，在一定程度上来说，与传统媒体的传播语境具有相对性。传统媒体的传播语境通常包括单向、一对多、不接受及时反馈、不进行直接交流等；而新媒体语境则与这些具有相对性，其具有一定的互动性和人际传播性，这正是新媒体语境与传统媒体语境的根本区别。由于新媒体环境下的话语表达、社会性格和文化形态发生相应的改变，因此，新媒体语境的出现，使传统媒体的话语结构发生有效改变，促使传统媒体不断积极地寻求合适的发展渠道和机遇。

2. 电视新闻评论节目的概述

2.1 电视新闻评论节目的定义

我国电视新闻评论节目最早出现于 20 世纪 80 年代，随着时间的推移，电视新闻评论节目的形式和样式得到不断改变，从原先最简单的报道和评论，慢慢形成了访谈式的新闻评论、说新闻以及邀请嘉宾参与点评、观众参与点评等方式，具有一定的新闻舆论引导作用。可以说，电视新闻评论节目是对当下社会上的热点事件、百姓的生活状态等进行深入分析解剖和发表评论，使观众能够知晓新闻事件背后的深刻意义，从而得知电视新闻评论节目的主旨。

2.2 电视新闻评论节目的特征

我国的电视新闻评论节目通常情况下主要有电视新闻访谈节目、述评类新闻评论节目、主持人电视新闻评论节目三种形态特征。电视新闻访谈节目主要是在演播室或者是其他固定的场景中，通过由主持人进行新闻播报，同时在现场中还会邀请嘉宾和观众一同参与到新闻评论中。以访谈或座谈的方式，嘉宾和主持人、观众在节目中都可以各抒己见，并且进行讨论，使观众在观看的时候能够产生强烈共鸣，从而使新闻评论节目的引导和教育效果得到展示。述评类新闻评论节目的特征是提要、引导式的主持、主体事实以及评论式的主持相结合，一般都是对最近发生的事或者突发的事件在节目进行报道与评论，将记者的实地采访以及主持人的现场评论有效结合，通过将现场的画面与字幕结合起来，在播报的过程中加入专家学者或观众等群体对该事件的看法和观点等。电视新闻评论节目是由主持人直接参与到节目中，并且直接完成节目的策划、新闻的撰写和播出的整个过程，并且在节目中主持人还与观众进行直接的交流，通常具有哲理性、人格化、叙事性和个性化等特征 [2]。

3. 新媒体语境下加强电视新闻评论的资源整合策略

3.1 提高电视新闻评论队伍的专业素质水平

在新媒体语境下，要求从事电视新闻评论的人员在面对新媒体信息冲击的环境下，要具有更加坚定的政治立场，除了要具备扎实的专业基础外，还需要具备较高的素质水平。要求从事电视新闻评论的人员要具有明辨是非的能力，能够及时鉴别和发现新闻信息的真伪，尽一切能力阻止网络谣言的传播。特别是在进行电视新闻评论节目直播的时候，更需要充分结合自身的综合知识水平，在节目中对新闻事件进行强而有力、不偏不倚的正确评价。因此，在跨媒体传播的时候，要客观、公正地对新闻事件进行评价，使电视新闻评论的影响力得到进一步提高。

3.2 提高电视新闻评论与新媒体的深度融合

为了能够继续吸引观众的注意力和关注，就需要有更多丰富多彩的内容，因此，传统的电视新闻评论节目依托电视媒体这一载体，在内容上的建设，如在采编、报道和品牌的影响力等方面具有充分的优势。因此，深度融合新媒体中先进的技术，不断地对电视新闻评论节目内容进行丰富和深化，使电视新闻评论节目与新媒体得到更加有效的融合，即实现数字化、网络化，使电视新闻评论更具有时代气息。与此同时，新媒体与传统媒体的融合永远都具有“1+1 > 2”的效果。因此，以传统媒体为基础，结合融合新媒体过程中所具有的高新技术和先进技术，对这些技术进行有效使用，对电视新闻评论节目的内容进行提升和改造，不仅能够有效提高电视新闻评论节目内容的质量和高效，并且还能够使电视新闻评论节目具有较强的市场竞争力，使受众能够更加容易接受。

3.3 提高电视新闻评论的互动性和受众的参与度

在新媒体环境下，受众在一定程度上具有相应的主动性，同时促进了受众参与评论的积极性，使受众从以往的“旁观者”逐渐成为“参与者”。为了使电视新闻评论能够继续吸引受众的注意力，则需要重视受众的话语权，积极引导受众积极参与到评论活动中。为了有效提高电视新闻评论的互动性和受众的参与度，可以采取以下两个方面的措施。一方面，主持人和评论员可以利用微博、微信、QQ、论坛等方式，搜索和搜集受众的观点和意见，在电视新闻评论中进行相应的回应；另一方面，可以让受众到节目现场对观点进行直接表述。随着互联网技术和网络的发展，在电视新闻评论中，主持人和评论员通过微博、微信、QQ、论坛等方式，与受众进行相应的互动，逐渐成为普遍的互动方式。这一方式能够与受众进行实时交流，使受众的观点得以表述。虽然有效实现了受众话语权和体现自身的存在感，但在一定程度上无法得到全部展现，还需要通过主持人和评论员等“把关人”[3]，导致受众的观点无法得到展现。而让受众参与到节目现场中的形式，比第一种方式更具优越性。在节目现场中，除了学者、专家、政商名流之外，受众在现场还可以直接表达自己的观点，使受众具有更多的主动性。

结语

综上所述，在新媒体语境下不仅需要有效融合传播媒体和新媒体的功能和优势，而且需要清楚和明确新媒体的本质。在进行电视新闻评论节目制作的时候，需要在制作过程中加入多元化的观点，使观点的论据更具形象化，并且将填鸭式的观点论证进行创新，引导受众积极参与到节目中，有效启发受众的思维，并合理对待和采取受众的相关观点，从而充分满足受众的个体化需求。另外，在新媒体语境下使电视新闻评论节目更具网络化和信息化，不仅能够使其品牌效应和影响力得到有效提高，而且还能够使电视新闻评论节目的传播效率得到进一步提升，从而使新媒体、电视新闻评论节目、受众和广告商等多方面真正实现共赢，顺应时代发展的潮流，实现电视新闻评论节目的可持续发展。媒

参考文献

[1] 李辉．新媒体语境下电视新闻评论的资源整合 [J]. 西部广播电视，2017（04）：37.

[2] 姚尧．新媒体语境网络新闻评论节目特征初探——以《今日喷喷喷》为例．今传媒，2017（07）：108-109.

[3] 班业松．试述我国当前电视新闻评论节目的现状和趋势 [J]. 传播力研究，2017（10）：36，38.

（作者单位：山西省柳林县广播电视台）